

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *SERVICE QUALITY* DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PELANGGAN BIJI KOPI DI KEDAI DIMENSI KOPI TRAWAS**

SKRIPSI



Oleh:

INAS ADILAH PUTRI

NPM: 18024010099

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION
PELANGGAN BIJI KOPI DI KEDAI DIMENSI KOPI TRAWAS**

Oleh :

Inas Adilah Putri
NPM. 18024010099

Telah diterima pada tanggal

5 Juni 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *SERVICE QUALITY* DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PELANGGAN BIJI KOPI DI KEDAI DIMENSI KOPI TRAWAS

Oleh :

INAS ADILAH PUTRI
NPM. 18024010099

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Selasa, 21 Mei 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

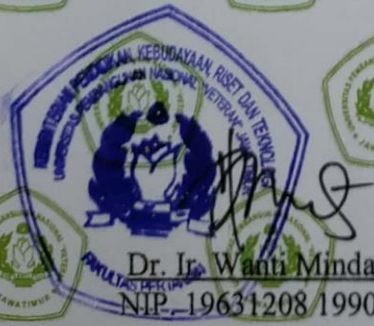


Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 19631208 199003 2001



Dr. Ir. Nuriah Yuliani, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 tahun 2010, Pasall 1 Ayat 1 tentang plagiarism Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : **“Pengaruh *Store Atmosphere, Service Quality, dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Biji Kopi di Kedai Dimensi Kopi Trawa*”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebear-benarnya

Surabaya, 5 Juni 2024



Inas Adilah Putri
NPM. 18024010099

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal permohonan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satifaction* dan *Repurchase Intention* Biji Kopi di Kedai Kopi Trawas”

Penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan, pengarahan, petunjuk, saran, dan fasilitas yang membantu dari awal hingga akhir dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberi pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini;
2. Ir. Sri Widayanti, MP selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan serta waktu, tenaga, dan pikiran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
5. Ayah, ibuk, adek-adek, yangti yang memberikan doa, semangat, dukungan, dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis;
6. Teman-teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

namanya yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Penulisan proposal skripsi yang penulis susun masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulis dapat menjadi lebih baik lagi ke depannya. Semoga proposal skripsi ini dapat menambah wawasan pembaca dan pihak yang memerlukan.

Surabaya, Juni 2024

Penulis

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *SERVICE QUALITY* DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PELANGGAN BIJI KOPI DI KEDAI DIMENSI KOPI TRAWAS**

Inas Adilah Putri¹, Sri Tjondro Winarno² & Sri Widayanti³ ¹

ABSTRAK

Salah satu usaha bisnis yang berkembang pesat di era globalisasi adalah *coffee shop*. Hal ini terlihat dari banyaknya *coffee shop* yang bermunculan dengan perbedaan konsep yang menarik dan mempunyai variasi dari desain interior kafe dan secara produk yang ditawarkan. Pelanggan juga jadi salah satu aset yang harus dijaga oleh perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan pembelian berulang untuk peningkatan produksi *roast bean* di kedai Dimensi Kopi Trawas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM-PLS dengan pendekatan WarpPLS. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 50 pelanggan biji kopi yang telah membeli biji kopi minimal 1 kali menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan dengan p-value 0,05 terhadap *repurchase intention*. *Service quality* juga berpengaruh positif dan signifikan dengan p-value 0,01 terhadap *repurchase intention*. Begitu pula dengan *customer satisfaction* yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan p-value <0,01 terhadap *repurchase intention*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan mengetahui *repurchase intention* memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan biji kopi di Kedai Dimensi Kopi Trawas.

Keywords: Store atmosphere, service quality, customer satisfaction dan repurchase intention

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE
QUALITY, AND CUSTOMER SATISFACTION ON REPURCHASE
INTENTION AT KEDAI DIMENSI KOPI TRAWAS***

Inas Adilah Putri¹, Sri Tjondro Winarno² & Sri Widayanti³ ¹

ABSTRACT

One business venture that is growing rapidly in the era of globalization is the coffee shop. This can be seen from the many coffee shops that have sprung up, with differences in interesting concepts and have variations from the interior design of the cafe and the products offered. One of coffee shops that has a unique concept by selling costumized roasted coffee beans is Kedai Dimensi Kopi Trawas , located at Trawas, Mojokerto, Indonesia. This unique concept able to drive shop sales by producing up to 150 kg of coffee beans. However, there appears to have been a slowing down of coffee bean production to 100 kg. Based on the pre-research interview to the customer who has been bought Kedai Dimensi Kopi Trawas's roasted beans, 60% of them did not intend to repurchase. Therefore, researchers are interested in analyzing Kedai Dimensi Kopi Trawas's store atmosphere, service quality, customer satisfaction on repurchase intention. By using purposive sampling, we gather data from 50 Kedai Dimensi Kopi Trawas's roastbean customers who have bought coffee beans at least once to fill a likert-score type questionnaire through google form. The data analysis used in this study used SEM-PLS analysis with the WarpPLS approach. Based on the results, it shows that store atmosphere has a positive and significant effect with a p-value of 0.05 on repurchase intention. Service quality also has a positive and significant effect with a p-value of 0.01 on repurchase intention. Likewise with customer satisfaction which shows a positive and significant relationship with a p-value <0.01 on repurchase intention. The results in this study indicate that knowing repurchase intention has the opportunity to increase sales of coffee beans at Kedai Dimensi Kopi Trawas.

Keywords: roasted coffee bean, store atmosphere, service quality, customer satisfaction, and repurchase intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
I.1. Rumusan Masalah.....	4
I.2. Tujuan Penelitian	4
I.3. Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	8
2.2.2. Hubungan <i>Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	9
2.2.3. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	9
2.2.4. Biji Kopi	11
2.2.5. Bubuk Kopi	13
2.2.6. <i>Store Atmosphere</i>	14
2.2.7. <i>Service Quality</i>	17
2.2.8. <i>Customer Satisfaction</i>	19

2.2.9. <i>Repurchase Intention</i>	21
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis.....	23
2.3.1. Kerangka Pemikiran	23
2.3.2. Hipotesis	26
III. METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian	27
3.1.1. Lokasi Penelitian	27
3.1.2. Objek Penelitian	27
3.2. Penentuan Sampel.....	28
3.3. Pengumpulan Data	29
3.3.1. Pengumpulan Data Primer.....	30
3.3.2. Pengumpulan Data Sekunder	30
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5. Analisis Data.....	36
3.5.1. Evaluasi Model Pengukuran.....	37
3.5.2. Evaluasi Model Struktural	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Keadaan Umum	42
4.2. Deskripsi Karakter Responden	43
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2. Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3. Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	45
4.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.2.5. Responden Berdasarkan Penghasilan	47
4.2.6. Responden Berdasarkan Pembelian Berulang.....	47
4.3. Hasil Analisis SEM-PLS.....	48

4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
4.3.2. <i>Inner Model</i>	51
4.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	54
4.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	56
4.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	58
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
3. 1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.	30
4. 1	Daftar Harga Produk Biji Kopi Kedai Dimensi Kopi.....	43
4. 2	Jenis Kelamin Responden.....	44
4. 3	Usia Responden	44
4. 4	Domisili Responden.....	45
4. 5	Pekerjaan Responden.....	46
4. 6	Rentang Penghasilan Responden.....	47
4. 7	Intensitas Pembelian Responden	47
4. 8	Hasil Uji validitas Konvergen	49
4. 9	Hasil Pengujian Validitas Diskriminasi Nilai Kuadrat AVE	50
4. 10	Hasil Uji Composite Reliability.....	51
4. 11	Uji Model Struktural (R2 dan Q2)	52
4. 12	Uji Model Struktural: Model Fit.....	53
4. 13	Uji Model Struktural (Koefisien Jalur).....	54
4. 14	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator <i>Store Atmosphere</i>	55
4. 15	Nilai <i>Loading Factor</i> untuk <i>Service Quality</i>	56
4. 16	Nilai <i>Loading Factor</i> untuk <i>Customer Satisfaction</i>	58

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2. 1	Kerangka Pemikiran	25
3. 1	Kerangka Model	39
4. 1	Kedaaan Kedai Dimensi Kopi	42
4. 2	Output Model.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Pengantar & Kuesioner.....	66
2 .	Hasil Uji Analisis Data Menggunakan WarpPLS 8.0	72